

共同会議における事業者ヒアリングの概要について

1. 実施期間
第37回共同会議（11月4日）～第39回共同会議（12月11日）
2. ヒアリング出席事業者
6業種（12事業者・団体）
3. ヒアリング事項
第35回共同会議で整理された、検討項目2～3に係る意見交換
4. ヒアリング概要
事業者等の主な意見を以下に示す。

(1) 原料原産地表示を巡る状況について

検討項目2 (大括り表示 (国産/外国産表示等) について)

- 消費者の国産に対する信頼感に添えつつ、紛らわしさを与えないという観点から大括り表示 (国産/外国産 (輸入品)) を導入すべきではないか。
- 大括り表示は、消費者にとって知りたい情報 (特定の国の原材料の使用の有無) を提供することにはならないのではないかと。また、「国産」を表示することにより、「優良誤認」の可能性を否定できないのではないかと。
- 実情としては、複数の外国産と国産を併用している場合が多く、「外国産・国産併用」などと表示する方法が容認されない限り対応は不可能。
- 原料実態の情報を正確に表現することは難しく、「又は表示」など柔軟な対応が必要ではないかと。
- 複数の原産地を包材に記載することは、原材料の需給状況に応じた臨機応変な対応が妨げられ、安定した商品品質・価格の維持が更に難しくなることが懸念される。ホームページやお客様相談窓口を通じた情報提供を組み合わせる必要。

検討項目 3（中間加工品の表示）について

- 中間加工品は規格や等級が重要であり、産地は重要ではない。原料農産物は世界各地で栽培されており、需給状況によって品質が適合すれば切り替えが行われる。
- 中間加工品（砂糖、塩、油脂、小麦粉等）は加工食品の主力原料であることが多いため、もし、正確な表示が義務付けられた場合、産地が切り替わると次から次へと表示を変更する必要がある。
- 全て記載してそれが理解されるならばあり得るのではないか。
- 中間加工品の購入に当たっては規格書を提出してもらい審査しているため、中間加工地表示は不可能ではないが、定義が明確でないと表示は難しい。
- 中間加工品を使ってどこで加工したかの情報が重要ではないか。

(2) お客様相談窓口寄せられた声について

- 食品への不信が問い合わせの増加という形で現れているが、一過性の場合が多い。
- 問い合わせ内容としては、当該製品又は製品の原料成分の安全性に係る内容と商品仕様設計（原料の使用の有無）に係るものに大別されるが、何れも、どこで作られたのか「製造者・中国？」に係る質問。
- 消費者のどこで商品を製造しているのかという問い合わせに対しては、工場名等固有名詞や住所を書くなどして対応している。
- 原料原産地に係る問い合わせとしては、「比較的加工度が低いもの」、「原料が明確なもの」が多い（ゴマ、瓶詰め（ジャム、栗）、オリーブオイル等）。

(3) その他

- 原料原産地情報≠安全性情報。
- 東京都がQ & Aで示した内容（ロット毎の産地情報提供）ではホームページへの記載も難しく、お客様相談窓口を通じた情報提供を基本とせざるを得ない。

- 産地を含め、可能な限りトレースができる原料を調達しているが、原料の産地を切り替えざるを得ない加工食品については、産地の切り替えを容器包装に事前に表示することは困難。
- 「製品の安全」は製造者自身が確認し「責任と自信」を持って消費者に提供しており、原産国情報を知りたい消費者へはホームページやお客様相談窓口を通じて回答している。
- 原産地については、表示のみならず、ホームページ、二次元バーコード、お客様相談窓口等により情報を公開（提供）。原料、製品に関する積極的な情報提供により、消費者とのコミュニケーションが図れ、結果として信頼感、安心感が醸成される。
- 原料原産地表示が産地表示なのか、それとも差別化の表示なのか
が問われているのではないか。もし、後者の場合、義務化とは別の次元で考えるべき。
- 原材料は安全なものという前提のもとで特定の産地を強調するという「特色のある原材料」として原料原産地を表示することが消費者、事業者ともにメリットがあるのではないか。
- 原料原産地表示については、他の義務表示事項とは異なり、表示可能な加工食品を対象とすることとしないと表示は難しいのではないか。

原料原産地表示を巡る意見交換会の概要

(12月実施分)

1. 開催日時

- | | | | | |
|---------|-----------------|-------------|----|---------|
| (1) 青森県 | 平成20年12月15日 (月) | 13:00~15:15 | 6名 | 増田委員出席 |
| (2) 岐阜県 | 平成20年12月18日 (木) | 13:30~15:40 | 8名 | 小笠原委員出席 |
| (3) 群馬県 | 平成20年12月19日 (金) | 13:15~13:35 | 8名 | 出席委員なし |

2. 意見交換者 (意見交換者数延べ22事業者等)

食品事業者・団体10 (水産加工1、農産加工(果汁)1、菓子1、豆腐2、ハム2、惣菜1、こんにゃく1、漬物1)

流通販売業者3

生産者団体3 (JA県中央会、全農県本部、JA)

消費者団体6

3. 意見交換事項

第35回共同会議における検討項目1~3

4. 意見交換の概要

以下のとおり。

(1) 原料原産地表示を巡る状況等について

(原料原産地表示を巡る状況)

消費者団体の意見

- 食品の表示は商品選択において重要な情報であり、全ての原料に原産地表示を義務付けて欲しい。
- 口コミ情報等曖昧な情報を消費者が真に受けている等反省すべき点があることは事実であるが、事業者にはきちんと情報を提供してほしい。
- 国は原料原産地表示の義務化は難しいというが、難しいのであれば、その理由をきちんと説明して欲しい。
- 大手企業では自主的に原料原産地表示を行っているところもある。できないということはないのではないか。

事業者団体・事業者の意見

(義務表示対象食品製造事業者)

- 原料原産地の導入から時間が経過し、定着してきたと感じる。
- 原料原産地表示に関する問い合わせは無く、消費者は関心が無いと思われる。

(その他の事業者等)

- 現在保有しているプリンターでは表示できる量に限界がある。
- 天候等の原因で一つの産地で調達できなければ、他の産地でも調達できないことが多い。
- 零細事業者ほど大手から原料を買わざるを得ないため、国を限定して自分で調達することは難しい。
- 原料の安定購入は難しい。数週間で変更されるものもある。産地で製品が縛られると欠品になる懸念がある。

(制度見直し検討のあり方に対する意見)

消費者団体の意見

- 問題が起きたとしてその都度制度を変えると消費者は混乱する。何を信用していいかわからなくなる。目先だけではなく将来を見据えて制度を考えるべき。
- (表示スペースには限りがあるのだから) 原料原産地表示だけを強化するのではなく、食品の表示全体でどうすべきか検討していく必要。その際、高齢者への対応という観点から、文字を大きくするという点について考える必要。
- 表示事項は最低限に絞り、あとは事業者にお問い合わせれば分かる体制を整えればよいと思う。

- 事業者が（産地や現地工場の）情報を把握しているということが消費者に伝われば消費者は安心するのではないか。
- 消費者への情報伝達媒体の多様化（ホームページ、二次元バーコード、バーコード、FAX等）を踏まえた検討をして欲しい。その際には、高齢者に対する情報提供という点も含めて欲しい。
- 消費者がもっと自分達で見える目や選ぶ力を身につける必要がある。制度の理解と併せて食品事業者との交流が求められる。

事業者団体・事業者の意見

- 消費者は色々な情報を要望しているが、情報が多すぎるとかえって表示が分かりにくくなるという問題もあると思う。原料原産地の意味がきちんと理解できるよう、枠外表示を工夫することで対応が可能ではないか。
- 原料原産地は固定ではなく、切り替えざるを得ないことを消費者がもっと知ること、表示の見方、認識が変わると考える。
- 世帯の縮小に伴い、商品が小型化し表示スペースは益々狭くなっており、表示すべき情報が多くなると見にくくなる（見てもらえなくなる）。表示以外の手法で情報伝達することを考える必要。
- 食品の重量の8割を占める原材料の原産地を表示すれば、表示対象となる原材料の品目は全体の2割程度で済むのではないか。（2-8の法則：全体の2割の構成要素が全体の8割の機能・役割を果たす）

- 消費者の不満は情報量が少ないこと。消費者に情報を伝える際のポイントは、
 - ① 情報が正しいこと
 - ② 欲しい情報と提供しようとする情報が乖離していないこと
 - ③ わかりやすい情報を提供すること
- (原産地：中国) は危ないという感覚は、報道によって本質を見失っている。

(消費者の商品選択と原料原産地表示との関係)

消費者団体の意見

- 小売店の冷凍食品売り場で1時間ほど観察したところ、若い人達がほとんど表示を見ずに買っていった。聞いたところ、小売店を信頼しているから表示を確認しないというのがその理由。これが一般的な消費者の実態かもしれない。
- しっかりとした表示をしている小売店では安心して製品を買える。
- 表示事項が多くなると、表示があるということだけで消費者は安心するが、一方で表示が見にくくなってしまったため、表示事項は必要最小限に絞り、あとは事業者にお問い合わせれば分かる体制を整える必要があると思う。
- 見づらいものとなるならば見ないと思う。分かりやすい表示として欲しい。

事業者団体・事業者の意見

- 消費者は、国産か外国産か中国産かを気にしている。
- 原料原産地表示については、表示してもほとんど消費者から見られていないというのが現状だと思う。
- なじみの深い商品ほど、原料原産地がどこかに関係なく購入される傾向にある。
- 表示事項が多くなると、表示があるということだけで消費者は安心するが、表示の中身は逆に見にくくなってしまう。表示事項は最低限に絞り、あとは事業者にお問い合わせればわかる体制を整えればいいのではと思う。特に原料原産地表示についてはそう思う。
- 消費者が知りたいのは、原料原産地ではなく、安全性の情報。ポップ表示で、第三者認証を受けた工場生産した旨を表示した中国産焼き鳥は問題なく売れた。
- 原料原産地と原産国の違いが消費者に浸透していないのではないか。最終加工国が日本であればそれでよいと考える人がかなりいる。

(2) 検討項目1 (消費者の意見の把握のあり方) について

- 消費者にとって表示は食品を選択する際の重要な情報源。全ての加工品に原料原産地の表示を望むというのがごく一般的な消費者の心理ではないか。
- 第36回共同会議のヒアリング資料1-1は消費者の意見を概ね反映している。
- やはり一人ひとりから丁寧に意見を聞いて行くしかないのではないか。
- 消費者の声をよく聞いて、消費者が何を求めているのかを読み取って欲しい。

(3) 検討項目2 (大括り表示 (国産/外国産表示等)) について

- 「外国産」という表示は、消費者の不信を招く可能性が高いのではないか。
〔 アンケートで外国産か国産かと聞かれれば、消費者は「国産」と答えるが本音は違うと思われる。外国産(中国産)であるが、原料チェックや品質管理が徹底されている等の聞き方をすれば、違った反応が見られるのではないか。 〕
- 大括り表示には柔軟性があるものの、中国産隠しとの(消費者の)誤解が無い誤解無く示すことが可能かという不安がある。
- 実績や見込みで原産地として可能性のある国を全て記載すると、使用されない原産国を記載する可能性があることから、かえって誤解を招くことにならないか。

(4) 検討項目3 (中間加工品の表示) について

- 中間加工品は、消費者への周知が不十分。新たな誤解を生みかねない。定義、要件等を明確化し、その周知を行うことが必要。
- 中間加工は苦慮している部分がある。例えば、ロシアでボイルしたカニを中国で切断・包装した場合の中国の扱い。隠していると思われるので(加工地：中国)を表示している。
- 複数の場所で加工等した場合は、履歴を正確に示すべき。